

coinfluence



Révéler

les causes

Rapport de mission 2024



Être entreprise à mission, c'est un cap autant qu'un cadre.

Trois ans après avoir fait ce choix, nous avons gagné en clarté, en exigence et en cohérence. Ce rapport marque la fin d'un premier cycle... et l'ouverture d'un nouveau chapitre que nous abordons avec enthousiasme.

Nous sommes fières du chemin parcouru, mais encore plus de la manière dont nous l'avons fait : avec engagement, exigence, et toujours en équipe.

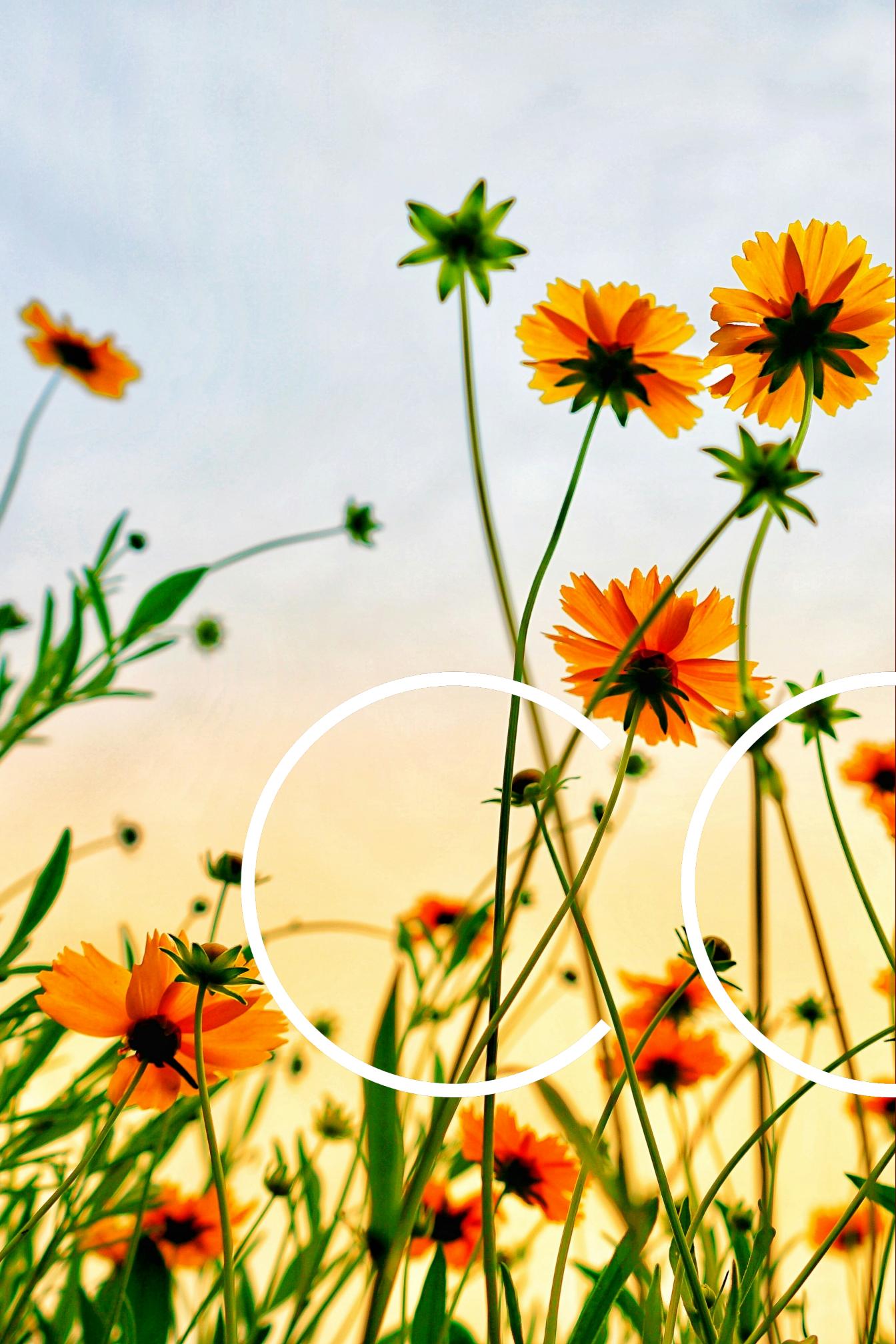
C'est ça, la force de Co-Influence.

Céline Mathieux et Marine Gaudin, dirigeantes associées

Sommaire

1. **Rétrospective 2021-2024**
2. **Notre mission**
une démarche contributrice en 5 objectifs
3. **Cap 2027**
4. **Conclusion**





Partie 1

Rétrospective 2021-2024

- Co-Influence, société à mission depuis 2021
- Trois premières années pour ancrer, apprendre, ajuster
- Un nouveau cap à horizon 2027



15 ans

d'expertise au service des causes



2024



5 collaboratrices 380 k€ de chiffre d'affaires



16

formations et coachings animés



22

organisations accompagnées dont 17 nouvelles

Co-Influence, société à mission depuis 2021

La première agence de conseil des causes à Lyon

Depuis 2010, nous accompagnons les organisations – associations, entreprises, fondations, collectivités – à révéler leur cause, structurer leur stratégie d'engagement, activer leurs leviers de mécénat, et amplifier leur impact.

Fières d'être devenues société à mission en 2021

Devenir société à mission a été une étape fondatrice pour formaliser ce que nous avons toujours défendu et nous inscrire dans une trajectoire de changement. Notre modèle repose sur une idée simple mais puissante : révéler la cause d'une organisation, c'est lui offrir un cap stratégique clair, une identité mobilisatrice, et un socle pour toutes ses décisions futures.

“

Ce statut nous aide à structurer notre développement à long terme. Il nous oblige à faire preuve de cohérence, à viser l'exemplarité, et à nous améliorer sans cesse.

Marine Gaudin, directrice associée

Trois premières années pour ancrer, apprendre, ajuster

Une mission suivie et partagée

Cette année encore, notre comité* s'est réuni à plusieurs reprises pour suivre les avancées de nos objectifs et valider les orientations stratégiques. L'intégration de Chloé a permis de nourrir les échanges, en apportant un regard nouveau sur le chemin déjà parcouru. Ces temps collectifs sont désormais bien instaurés dans notre fonctionnement et nos pratiques au quotidien !



Céline Mathieux
Directrice générale



Marine Gaudin
Directrice associée



Chloé van Dorp
Consultante



Justine Dumont
Consultante
Chargée du suivi de la mission



Angèle Dupassieux
Chargée de mission

Une trajectoire structurante à l'heure du bilan

Trois ans après avoir inscrit notre mission dans nos statuts, les rituels sont en place, les indicateurs suivis, et chaque collaboratrice contribue à son pilotage. Avec ce recul, nous sommes en mesure de poser un premier bilan : celui d'une trajectoire cohérente, exigeante, et désormais suffisamment mature pour être questionnée, consolidée... et renouvelée.

*Rappel : Garant de la transformation, notre Comité de mission est investi de la responsabilité d'accompagner l'agence dans la mise en œuvre de sa mission, de veiller à l'atteinte des objectifs fixés, au respect des engagements pris, et de challenger les pratiques internes, dans une perspective d'amélioration continue de sa performance et de son impact.



Rejoindre le comité, c'est une belle manière de m'impliquer dans l'entreprise. J'y trouve du sens, du dialogue, et l'envie d'agir grâce au collectif.

Chloé van Dorp, consultante
Nouvelle membre du comité de mission

“

Ces trois premières années nous ont permis de tester, d'ajuster, de challenger la mission. Nous arrivons au bout d'un cycle. La suite s'annonce riche, avec encore plus de recul, de collectif et d'ambition.

Céline Mathieux, fondatrice et directrice générale



PME Boost Innov' : accélérateur stratégique

Porté par Alliance et Territoires, association qui œuvre pour la solidarité entrepreneuriale entre grandes et petites entreprises du bassin lyonnais, le parcours PME Boost Innov' en 3 modules a été un vrai accélérateur stratégique pour Co-Influence. Nous avons été challengées avec bienveillance par une promotion engagée et par quatre mentors issus de grandes entreprises (Bayer, Cegid, Hermès, Boehringer Ingelheim) que nous remercions chaleureusement.

Un nouveau cap à horizon 2027

Une nouvelle feuille de route sur 3 ans...

En 2024, nous avons rejoint pendant un an le programme PME BOOST Innov'. Une respiration bienvenue, qui nous a permis de prendre du recul et de questionner notre positionnement et modèle d'entreprise. Nous en sommes sorties avec une vision clarifiée, un pitch renforcé, et un plan stratégique de développement sur trois ans.



Ce travail nous a permis de nous recentrer sur ce qui compte : faire grandir l'agence, tout en restant fidèles à l'impact que l'on veut avoir.

Céline Mathieux et Marine Gaudin, dirigeantes associées

... qui nous a permis de faire évoluer notre mission

Ce travail a aussi réaffirmé une conviction forte : notre mission est un levier de transformation puissant, mais elle doit évoluer pour rester pertinente. Pour ancrer notre mission dans ce nouveau cap, nous avons partagé la démarche avec l'équipe et animé un atelier collectif de refonte de nos objectifs opérationnels et indicateurs. Nous avons aussi décidé d'ouvrir notre comité de mission à des expert·es extérieurs, pour croiser les regards et continuer à nous challenger. L'année 2025 marque le début d'un nouveau cycle, que nous allons expérimenter pas à pas.



Partie 2

Notre mission

Une démarche contributrice en 5 objectifs

1. **Identifier et formuler la cause propre à chaque organisation** accompagnée à partir de laquelle co-construire et aligner l'ensemble de ses décisions stratégiques
2. **Donner les moyens** aux organisations de développer des projets à impact positif au service de leur cause
3. **Promouvoir l'engagement sociétal** grâce à la formation et à la sensibilisation
4. **Soutenir des projets d'intérêt général** via du mécénat ou d'autres formes de partenariats
5. **Nourrir l'ensemble de nos pratiques** des valeurs d'engagement, d'agilité et d'exigence

Révéler les causes

des organisations parce que l'engagement de chacun peut transformer positivement la société.

Modèle de notre mission (2022-2024)

Objectifs statutaires

Objectifs opérationnels

- | | | |
|----------|--|--|
| 1 | Identifier et formuler la cause propre à chaque organisation accompagnée à partir de laquelle co-construire et aligner l'ensemble de ses décisions stratégiques | 1 Identifier et formuler la cause de tous nos clients |
| 2 | Donner les moyens aux organisations de développer des projets à impact positif au service de leur cause | 2 Garantir un engagement collectif pour mieux incarner la cause de l'organisation |
| 3 | Promouvoir l'engagement sociétal grâce à la formation et à la sensibilisation | 3 Proposer à chaque organisation une offre d'accompagnement sur-mesure, adaptée à ses besoins
4 Donner à chaque client un ou plusieurs outils pour développer ses projets |
| 4 | Soutenir des projets d'intérêt général via du mécénat ou d'autres formes de partenariats | 5 Augmenter l'audience de nos prises de parole en ligne
6 Poursuivre nos actions de formation et sensibilisation |
| 5 | Nourrir l'ensemble de nos pratiques des valeurs d'engagement, d'agilité et d'exigence | 7 Soutenir financièrement des porteurs de projets d'intérêt général audacieux
8 Partager notre expertise au profit de projets d'intérêt général
9 Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer personnellement dans la politique d'engagement de l'agence |
| | | 10 Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer dans les décisions stratégiques de l'agence
11 Nourrir nos actions des bonnes pratiques du secteur de l'engagement |

1



La difficulté réside moins dans la définition de la cause que dans son appropriation par les équipes : c'est là que la co-construction prend tout son sens.

Justine Dumont, consultante

Identifier et formuler la cause propre à chaque organisation accompagnée à partir de laquelle co-construire et aligner l'ensemble de ses décisions stratégiques

Objectifs opérationnels	Indicateurs	Résultats 2023	Résultats 2024
1. Identifier et formuler la cause de tous nos clients*	100 % des clients accompagnés en conseil stratégique ont leur cause formulée	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint** 10 causes formulées	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint** 10 causes formulées
2. Garantir un engagement collectif pour mieux incarner la cause de l'organisation	Formuler 100 % des causes en collectif.	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 16,2 personnes impliquées en moyenne dans la démarche.	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 11 personnes impliquées en moyenne dans la démarche.

* Un objectif que nous nous donnons pour toutes les structures qui ne disposent pas encore d'une cause formulée.

** À noter que pour les 22 clients accompagnés en conseil en 2024, 10 ont eu leur cause formulée par notre agence cette année, 1 avant 2023 et 7 le seront au premier semestre 2025.

1. Identifier et formuler la cause de tous nos clients

Marque de fabrique de notre accompagnement, nous sommes fières d'avoir permis à 10 organisations d'accoucher de leur cause. Voici quelques exemples.



2. Garantir un engagement collectif pour mieux incarner la cause

Encore une année riche, marquée par la diversité des acteurs accompagnés. Nos workshops de co-construction ont mobilisé en moyenne 11 personnes par structure, permettant à chacun de faire entendre sa voix. Plus l'engagement est sincère et collectif, plus la cause devient transformante pour son organisation.

Un temps fort emblématique cette année : **le team building stratégique de la Fondation Bordeaux Université**. Ce format inédit a permis de rassembler l'ensemble de l'équipe opérationnelle autour de ce qui fait l'ADN même de la Fondation. Une journée dense, articulée autour de l'analyse du chemin parcouru, la redéfinition des enjeux organisationnels, le partage d'expériences et surtout, la co-construction des objectifs structurants en vue du lancement de leur future campagne majeure.



2

Être accompagnés par Co-Influence a été une expérience enrichissante qui nous a permis de prendre de la hauteur et de penser collectivement des sujets stratégiques.

Fanny Pelletier, directrice du mécénat et développement des Nuits de Fourvière



Donner les moyens aux organisations

de développer des projets à impact positif au service de leur cause

Objectifs opérationnels	Indicateurs	Résultats 2023	Résultats 2024
3. Proposer à chaque organisation une offre d'accompagnement sur-mesure adaptée à ses besoins	Augmenter notre taux de conversion de prospect à client	✓ Atteint 39 % de taux de conversion	✓ Atteint 55 % de taux de conversion
4. Donner à chaque client un ou plusieurs outils pour développer ses projets*	Chaque client accompagné dispose d'au moins un nouvel outil lui permettant de développer ses projets à impact positif	✓ Atteint 2,9 outils donnés par client en moyenne	✓ Atteint 2 outils donnés par client en moyenne

* Les clients seulement accompagnés en appui Conseil sur l'année 2024 ne sont pas concernés par ce principe - ils disposent déjà d'un ou plusieurs outils mis à leur disposition lors de(s) phase(s) d'accompagnement précédente(s) en 2023.

3. Proposer à chaque organisation une offre d'accompagnement sur-mesure, adaptée à ses besoins

La hausse du taux de conversion de nos propositions commerciales cette année confirme que nous continuons à répondre aux besoins concrets de notre écosystème. En 2024, nous avons pu accompagner aussi bien des structures qui lançaient leur démarche de collecte et/ou créaient leur Fonds de dotation/Fondation, que des organisations plus matures. Tel est le cas des Nuits de Fourvière en matière de collecte ou de la Fondation Chanel sur le volet mécénat.

4. Donner à chaque client un ou plusieurs outils pour développer ses projets

En 2024, chaque organisation accompagnée a bénéficié en moyenne de deux outils concrets pour faire grandir ses projets à impact. L'année a été marquée par une mission structurante : la création du Fonds de dotation Altrad Solidarity. Pour répondre aux besoins spécifiques de ce client, nous avons conçu plusieurs outils sur-mesure : dossiers de candidature, grilles d'évaluation, plan de lancement. Ces ressources intègrent désormais notre offre à destination de toutes les organisations souhaitant structurer leur démarche d'engagement de façon concrète et durable.

« Co-Influence nous a permis d'accélérer notre développement et de fédérer nos parties prenantes autour d'un projet commun ; une expérience enrichissante du point de vue professionnel et une très belle aventure humaine. »

Fanny Altrad, directrice générale Altrad Solidarity



Retour sur une séance de sensibilisation à l'engagement en entreprise

En juin 2024, nous avons été missionnées pour animer une session sur l'engagement en entreprise pour Boehringer Ingelheim France. Exemples inspirants, mise en perspective des enjeux du développement durable, exploration des leviers de transformation... Cette séance avait pour objectif de sensibiliser les top managers du groupe aux grands piliers de l'engagement social et environnemental.



3



Une formation très complète qui permet en peu de temps d'acquérir de vraies compétences et de gagner en confiance dans sa démarche.

Participante au kit du mécénat
Session novembre 2024

Promouvoir l'engagement sociétal

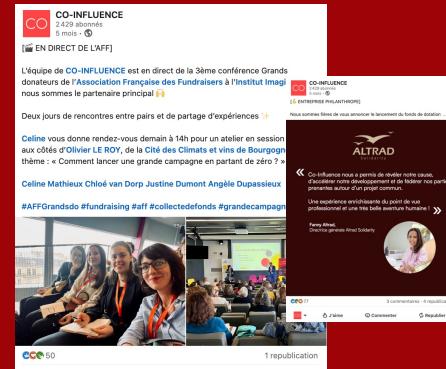
grâce à la formation et à la sensibilisation

Objectifs opérationnels	Indicateurs	Résultats 2023	Résultats 2024
5. Augmenter l'audience de nos prises de parole en ligne	Développer notre nombre d'abonnés sur LinkedIn*. <i>*le réseau privilégié pour joindre nos cibles, les professionnels de l'engagement</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 1915 abonnés fin 2023 ↗ de 23 % sur un an	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 2246 abonnés fin 2024 ↗ de 17 % sur un an
6. Poursuivre nos actions de formation et sensibilisation	Animer au minimum 12 interventions, coaching ou sessions de formation et sensibilisation par an*.	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 15 formations, interventions ou coaching animés 12 partenaires uniques 87 % des partenariats 2022 renouvelés	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint 16 formations, interventions ou coaching animés 9 partenaires uniques

* Un objectif ambitieux d'1/mois, cohérent par rapport à la taille de notre équipe (5 personnes)

** Mise à jour des données compte-tenu du changement des modalités de calcul de l'indicateur

5. Augmenter l'audience de nos prises de parole en ligne



Cette année, nous sommes fières d'avoir franchi un cap symbolique : 2 000 abonnés sur LinkedIn. En parallèle, nous avons lancé un chantier stratégique que nous poursuivrons en 2025 : enrichir notre site internet avec des articles de fond, pour partager nos convictions, prises de paroles et cas clients. Retrouvez nos publications dans la rubrique : [« À ne pas manquer »](#)

6. Poursuivre nos actions de formation et sensibilisation

En 2024, nous avons poursuivi nos actions de formation, de sensibilisation et de coaching individualisés. Cette année, nous sommes intervenues sur deux séminaires de l'Association Française des Fundraisers et avons animé deux ateliers auprès des porteurs de projets de la Fondation Émergences. Au total, ce sont plus de 100 heures de formation, coaching et sensibilisation dispensées, et 490 participants touchés.



Zoom sur notre masterclass avec l'Association Française des Fundraisers

À l'occasion de la 18^e conférence ESR et Santé de l'AFF, nous avons animé une masterclass : « Mettez la créativité au cœur de votre stratégie grands donateurs ». Aux côtés de Claire Lenz, de l'Institut des Hautes Études Scientifiques (IHES), nous sommes revenues sur l'importance d'une approche créative pour engager ses grands donateurs. Une session riche en échanges, qui a permis de partager des exemples inspirants, d'ancrer nos convictions et de faire germer quelques idées neuves. Cette session a donné lieu à un article disponible sur notre site : [« À ne pas manquer »](#).

4



« Participer à la politique de mécénat de compétences de l'agence m'a permis de m'impliquer autrement, de mettre mes compétences au service d'un projet qui a du sens et de grandir dans mon engagement. »

Chloé van Dorp, consultante

Soutenir des projets d'intérêt général

via du mécénat ou d'autres formes de partenariats

Objectifs opérationnels	Indicateurs	Résultats 2023	Résultats 2024
7. Soutenir financièrement des porteurs de projets d'intérêt général audacieux	Soutenir au minimum deux projets porteurs par an.	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint - Fondation Émergence - Fonds des Belles Causes - Reforest'Action	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint - Fondation Émergences - Fonds des Belles Causes - Les Petites Cantines
8. Partager notre expertise au profit de projets d'intérêt général	Accompagner au minimum deux projets par an.	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint Engagement au sein de la Fondation Émergences : - Accompagnement de l'association VIVO - Participation au Comité Projet	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint Engagement au sein de la Fondation Émergences et des associations STEP et L'Envers du Grenier
9. Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer personnellement dans la politique d'engagement de l'agence	Permettre à chaque collaboratrice de s'engager 1 journée par an sur son temps de travail	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint Possibilité offerte à tous les membres de l'équipe. 2/5 s'en sont saisies	<input checked="" type="checkbox"/> Atteint Possibilité offerte à tous les membres de l'équipe. 4/5 s'en sont saisies

7. Soutenir financièrement des porteurs de projets audacieux



En 2024, nous sommes fières d'avoir à nouveau soutenu plusieurs initiatives via l'entreprise et notre Fonds des Belles Causes.

- **Renouvellement de notre soutien au Festival IF**, festival d'illustration lyonnais, et visite en équipe
- **Organisation de notre séminaire d'été dans le tiers-lieu Les Grandes Voisines et matinée solidaire avec Les Petites Cantines** pour soutenir des initiatives locales, les faire découvrir à nos collaboratrices et partager un moment de convivialité avec les habitants.

8. Partager notre expertise au profit de projets d'intérêt général

Nous avons été heureuses de poursuivre en 2024 notre engagement aux côtés de la Fondation Émergences*.



Céline et Aurélie, présidente d'Atys

- **Poursuite de l'accompagnement de l'association Vivo** dans son développement (Marine)
- **Mentorat de l'association ATYS**, pour le soutien à l'inclusion des enfants porteurs de Troubles du Spectre Autistique dès le plus jeune âge (Céline)
- **Participation régulière au Comité Porteurs de Projets** et jury de sélection des porteurs de projets (Céline)
- **Participation aux temps forts de l'année**



*Fondation qui rassemble 50 entreprises lyonnaises engagées pour l'entrepreneuriat à impact

9. Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer personnellement dans la politique d'engagement de l'agence

En lien avec le partage de notre expertise auprès des acteurs de l'intérêt général, cet objectif est un pilier fort de notre démarche. En 2024, 4 collaboratrices sur 5 se sont saisies de cette opportunité et ce, en valorisant leurs compétences acquises au sein de l'agence. Chloé s'est engagée auprès de l'association STEP (Stop à la sclérose en plaques), et Justine auprès de L'Envers du Grenier – Café et recyclerie dans le Pilat.



Céline et Chloé nous ont apporté un regard extérieur et de vraies compétences pour à la fois structurer les éléments clés de notre projet et construire notre discours de cause.



Une belle équipe engagée et très à l'écoute.
Pierre-Martin Aubelle, porteur du projet STEP

5



Cela fait pleinement sens que chacune puisse s'approprier notre projet d'agence et se sentir actrice de ce que nous construisons aujourd'hui pour demain.

Marine Gaudin, directrice associée

Nourrir l'ensemble de nos pratiques des valeurs

d'engagement, d'agilité et d'exigence

Objectifs opérationnels	Indicateurs	Résultats 2023	Résultats 2024
10. Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer dans les décisions stratégiques de l'agence	Impliquer chaque collaboratrice sur un chantier stratégique	✓ Atteint <i>Association des nouvelles collaboratrices aux décisions stratégiques</i>	✓ Atteint <i>Association des nouvelles collaboratrices aux décisions stratégiques</i>
11. Effectuer une veille pour nourrir nos bonnes pratiques dans le secteur de l'engagement	Assurer une veille active des actualités du secteur avec une revue de presse par semaine	✓ Atteint	✓ Atteint

* Définition des sujets stratégiques identifiés : stratégie et mise en œuvre opérationnelle de la communication de l'agence, co-construction et suivi du modèle de notre mission, prospection et développement de nouveaux outils, développement de notre fonds de dotation ...

10. Permettre à chaque collaboratrice de s'impliquer dans les décisions stratégiques de l'agence

Depuis nos débuts comme entreprise à mission, nous avons fait le choix d'embarquer l'ensemble de l'équipe dans les réflexions structurantes de l'agence. Cette dynamique s'est poursuivie en 2024 avec l'arrivée de Chloé sur le volet prospection et la mobilisation de toutes sur la refonte de notre mission. L'année a aussi été marquée par deux temps forts :
> le séminaire annuel de juillet, où chacune a porté un sujet qui lui tenait à cœur
> et la journée de fin d'année, occasion de faire le bilan, en mêlant convivialité et inspiration avec la visite de la Biennale d'art contemporain aux Grandes Locos.

11. Effectuer une veille pour nourrir nos bonnes pratiques dans le secteur de l'engagement

Tout au long de l'année, nous avons mené une veille active pour rester en lien avec les évolutions du secteur et nourrir nos pratiques. Nous avons notamment participé aux rencontres Lunch & Learn de la Chaire Philanthropie de l'ESSEC, aux petits déjeuners et webinaires du Centre Français des Fonds et Fondations, à la table-ronde de la communauté des entreprises à mission ainsi qu'aux nombreux événements de l'Association Française des Fundraisers*

**Deux séminaires à Paris (Enseignement supérieur & Grands donateurs), plusieurs webinaires thématiques (Culture, Sport) et toutes les activités portées localement par le Groupe Régional, dans lequel nous restons fortement impliquées.*

Participer au séminaire Grands Donateurs de l'AFF a été une vraie source d'inspiration. J'en ressors avec de nouvelles idées, une meilleure compréhension des enjeux du secteur et une motivation renforcée pour nourrir nos accompagnements !



Chloé van Dorp, consultante





Partie 3

Cap 2027

- Notre Mission 2.0
Un cadre au service d'une croissance utile
- Modèle de notre mission 2025-2027



“

Notre mission ne bouge pas, elle s'aligne. Plus stratégique, plus exigeante, pour rester un vrai levier : au service des causes que nous accompagnons, et de la résilience de notre entreprise.

Céline Mathieux, fondatrice et directrice générale

”

Ce nouveau cadre nous aide à garder le cap au quotidien. Il rend la mission plus lisible, plus mesurable, et plus mobilisatrice pour toute l'équipe.

Justine Dumont, chargée du suivi de la mission

Notre Mission 2.0 : un cadre au service d'une croissance utile

Accompagner la croissance de Co-Influence

Ce nouveau modèle de mission a été conçu pour accompagner le développement de l'agence et nous permettre de créer plus de valeur pour la société.

Il s'incarne notamment dans ces ambitions fortes et concrètes :

- **Accroître le nombre de causes accompagnées**, pour élargir notre impact,
- **Renforcer notre activité auprès des entreprises et familles engagées**, en développant des outils et services adaptés à leurs enjeux spécifiques,
- **Déployer de nouveaux formats de formation et de sensibilisation**,
- **Poursuivre notre engagement via le mécénat**, en cohérence avec nos convictions,
- **Structurer une politique RSE ambitieuse**, autour de la montée en compétences, du numérique responsable et de l'impact environnemental.

Révéler les causes

des organisations parce que l'engagement de chacun peut transformer positivement la société.

Modèle de notre mission (2025-2027)

Objectifs statutaires

1 Identifier et formuler la cause propre à chaque organisation accompagnée à partir de laquelle co-construire et aligner l'ensemble de ses décisions stratégiques

2 Donner les moyens aux organisations de développer des projets à impact positif au service de leur cause

3 Promouvoir l'engagement sociétal grâce à la formation et à la sensibilisation

4 Soutenir des projets d'intérêt général via du mécénat ou d'autres formes de partenariats

5 Nourrir l'ensemble de nos pratiques des valeurs d'engagement, d'agilité et d'exigence

Objectifs opérationnels

1 Révéler plus de causes pour maximiser notre impact positif sur la société

2 Accompagner plus d'entreprises et familles engagées

3 Accompagner l'évolution des besoins de nos clients

4 Développer nos accompagnements 360 pour renforcer l'impact de nos clients

5 Développer de nouveaux outils et services sur-mesure

6 Poursuivre nos actions de formation et coaching

7 Développer de nouveaux contenus pour toucher de nouvelles cibles

8 Poursuivre notre engagement au profit des acteurs d'intérêt général

9 Rendre chaque collaboratrice actrice du développement de l'agence

10 Accompagner la montée en compétence de nos collaboratrices

11 Améliorer notre responsabilité sociétale d'entreprise



Partie 4

Conclusion

- Quelles perspectives pour demain ?



Révéler les causes

des organisations parce que l'engagement de chacun

peut transformer positivement la société.

Quelles perspectives pour demain ?

2025, une nouvelle année qui s'annonce riche

Après un cycle de trois ans qui nous a permis d'ancrer notre mission et d'en tirer les premiers enseignements, 2025 s'ouvrira comme une année de test et d'expérimentation. Nous allons suivre de nouveaux objectifs opérationnels et affiner les indicateurs que nous nous sommes donnés, pour qu'ils restent pertinents dans la durée.

Ce nouveau chapitre vise également :

- **le recrutement d'une nouvelle collaboratrice**, pour renforcer notre activité au service des causes,
- **le développement de notre offre et de nos services**, en lien avec les besoins exprimés par notre écosystème,
- une **participation à la prochaine session de la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC)**
- **et un moment symbolique** : les 15 ans de l'agence, que nous avons hâte de célébrer avec vous.

Merci à tous !

À notre comité de mission

À nos collaboratrices

À nos clients et alumni pour leur confiance

À nos partenaires

À notre Organisme Tiers Indépendant

À tout notre écosystème

...



Contacts

Céline Mathieux

Fondatrice et directrice générale
celine.mathieux@co-influence.com

Marine Gaudin

Directrice associée
marine.gaudin@co-influence.com

Justine Dumont

Consultante, chargée du suivi de la mission
justine.dumont@co-influence.com

coinfluence